mediametrie

Levallois, le 31 août 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Juillet 2006

Geoportail un succès hors du commun

Evolution de la population internaute

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Juillet 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En Juillet 2006, 27 551 000 Français âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet au cours du dernier mois, soit plus de la moitié (52,8%) de la population âgée de 11 ans et plus. La population internaute a progressé de 13 % entre Juillet 2005 et Juillet 2006.

	Juillet 2006	Juillet 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion	**27 551 000** **Soit 52,8% des Français**	24 300 000 soit 46,9% des Français	+ 13%

La population internaute connectée à domicile en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet – Juillet 2006 – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Plus de 8 internautes sur 10 (87,3%) sont connectés à domicile en haut débit, soit 18 647 000 internautes.
Cela représente une augmentation de 5 432 000 internautes en un an, soit +41% par rapport à Juillet 2005.

	Juillet 2006	Juillet 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois	**18 647 000** **soit 87,3% des internautes domicile**	13 215 000 soit 78,8% des internautes domicile	+ 41%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK – La Référence des Equipements Multimédias – 2ème Trimestre 2006 –
Copyright Médiamétrie et GfK– Tous droits réservés

Au 2ème trimestre 2006, plus de 13 millions des foyers français (soit 51,5%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 185 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté en un an de près de 10% (9,9%).

Plus de 10 millions de foyers ont accès à Internet ce qui représente plus de 4 foyers sur 10 (41,6%) contre 34,4% des foyers au 2ème trimestre 2005.

	2ème trimestre 2006	**1er trimestre 2006**	**2ème trimestre 2005**
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**13 155 000** **soit 51,5 % des foyers**	**12 914 000** **soit 50,6 % des foyers**	11 970 000 soit 47,3 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**10 633 000** **soit 41,6 % des foyers**	**9 911 000** **soit 38,8 % des foyers**	8 705 000 soit 34,4 % des foyers

mediametrie // NetRatings

Le temps passé par visiteur unique[(2)] sur le web Applications Internet exclues[(3)]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Juillet 2006 – Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En Juillet 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 19h17mn contre 22h10 en juin 2006 et 17h40mn en Juillet 2005.

Le temps passé sur le web a augmenté de 1h37mn entre Juillet 2005 et Juillet 2006.

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues[(3)]

Lancé le 23 juin 2006, Geoportail fait son entrée dans le Top 30 des sites français, à peine un mois plus tard, et enregistre ainsi une progression hors du commun.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Juillet 2006 – Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	15 844 000	15,9
2	Orange	11 686 000	13,1
3	MSN/Windows Live	11 540 000	11,6
4	Free	10 766 000	7,3
5	Yahoo!	9 189 000	8,4
6	PagesJaunes	8 924 000	3,9
7	Microsoft	7 476 000	3,1
8	Mappy	7 373 000	2,3
9	Voila	6 832 000	5,3
10	eBay	6 371 000	7,1
11	TF1 Network	5 353 000	6,0
12	Cdiscount.com	5 062 000	3,4
13	voyages-sncf.com	4 914 000	2,5
14	La Redoute	4 913 000	2,8
15	Lycos Europe	4 865 000	3,8
16	Alice	4 649 000	5,4
17	ViaMichelin	4 617 000	2,3
18	L Internaute	4 490 000	2,8
19	Fnac	4 404 000	2,8
20	Skyrock Network	4 052 000	6,2
21	01net. Network	4 046 000	2,4
22	Wikipedia	3 802 000	2,0
23	Meteo France	3 490 000	5,2
24	AOL(*)	3 451 000	8,2
25	Credit Agricole	3 392 000	6,5
26	Amazon	3 346 000	2,3
27	PriceMinister	3 221 000	2,6
28	LA POSTE	3 217 000	5,6
29	Rue du Commerce	3 145 000	2,8
30	Geoportail	3 134 000	2,1

* Hors AOL Propriétaire

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Applications Internet incluses (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail - Juillet 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	15 906 000	14,3
2	MSN/Windows Live	13 385 000	16,7
3	Microsoft	13 032 000	6,6
4	Orange	12 085 000	14,2
5	Free	10 766 000	6,8
6	Yahoo!	9 429 000	8,0
7	PagesJaunes	8 924 000	3,7
8	Mappy	7 373 000	2,3
9	Voila	6 832 000	5,0
10	eBay	6 371 000	6,8
11	TF1 Network	5 353 000	5,6
12	Cdiscount.com	5 062 000	3,3
13	AOL	5 060 000	13,5
14	voyages-sncf.com	4 914 000	2,5
15	La Redoute	4 913 000	2,8
16	Lycos Europe	4 865 000	3,6
17	Alice	4 658 000	5,2
18	ViaMichelin	4 617 000	2,3
19	L Internaute	4 490 000	2,7
20	Fnac	4 404 000	2,8
21	eMule	4 162 000	16,0
22	Skyrock Network	4 052 000	5,8
23	01net. Network	4 046 000	2,3
24	Real Network	3 957 000	5,3
25	Wikipedia	3 802 000	2,0
26	Apple	3 587 000	4,1
27	Meteo France	3 490 000	5,1
28	Credit Agricole	3 392 000	6,3
29	Amazon	3 346 000	2,3
30	PriceMinister	3 221 000	2,5

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Applications Internet exclues (3)

Source : Médiamétrie//NetRatings – Panel France – Domicile et /ou Lieu de travail – Juillet 2006 –
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)
1	Google	15 844 000
2	Orange	11 686 000
3	MSN/Windows Live	11 540 000
4	Yahoo!	9 189 000
5	PagesJaunes	8 924 000
6	Mappy	7 373 000
7	Voila	6 832 000
8	TF1 Network	5 353 000
9	Lycos Europe	4 865 000
10	Alice	4 649 000
11	ViaMichelin	4 617 000
12	L Internaute	4 490 000
13	Skyrock Network	4 052 000
14	01net. Network	4 046 000
15	AOL(*)	3 451 000
16	France Televisions	3 116 000
17	Club-Internet	2 816 000
18	AlloCine	2 809 000
19	aufeminin.com	2 787 000
20	lastminute.com Network	1 988 000
21	M6 Network	1 906 000
22	Infos-du-Net.com	1 899 000
23	Alapage	1 876 000
24	Mistergooddeal	1 837 000
25	Expedia	1 796 000
26	LeGuide.com	1 731 000
27	nouvelobs.com	1 594 000
28	Le Monde	1 568 000
29	Shopping.com Network	1 540 000
30	Boursorama	1 509 000
31	Le Figaro	1 382 000
32	ZDNet	1 318 000
33	Groupe Express-Expansion	1 244 000
34	Caradisiac	1 204 000
35	Meetic	1 168 000
36	Presence PC	1 168 000
37	Monsieur Prix	1 124 000
38	Le Journal du Net	1 124 000
39	France-Examen.com	998 000
40	RTL net	951 000
41	Webmarchand	911 000
42	Lacentrale.fr	888 000
43	Radio France	884 000
44	CNET~	779 000
45	Sport24	774 000
46	OuestFrance	741 000
47	Bestofmicro	723 000
48	Liberation	717 000
49	Le Guide du Routard	654 000
50	LeGuide.net	652 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[(1)] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[(2)] **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[(3)] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[(4)] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias...Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédias fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 7 000 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2005, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 40,2 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Nelly DUBNER
Tél. : 01 47 58 97 26
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : ndubner@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr